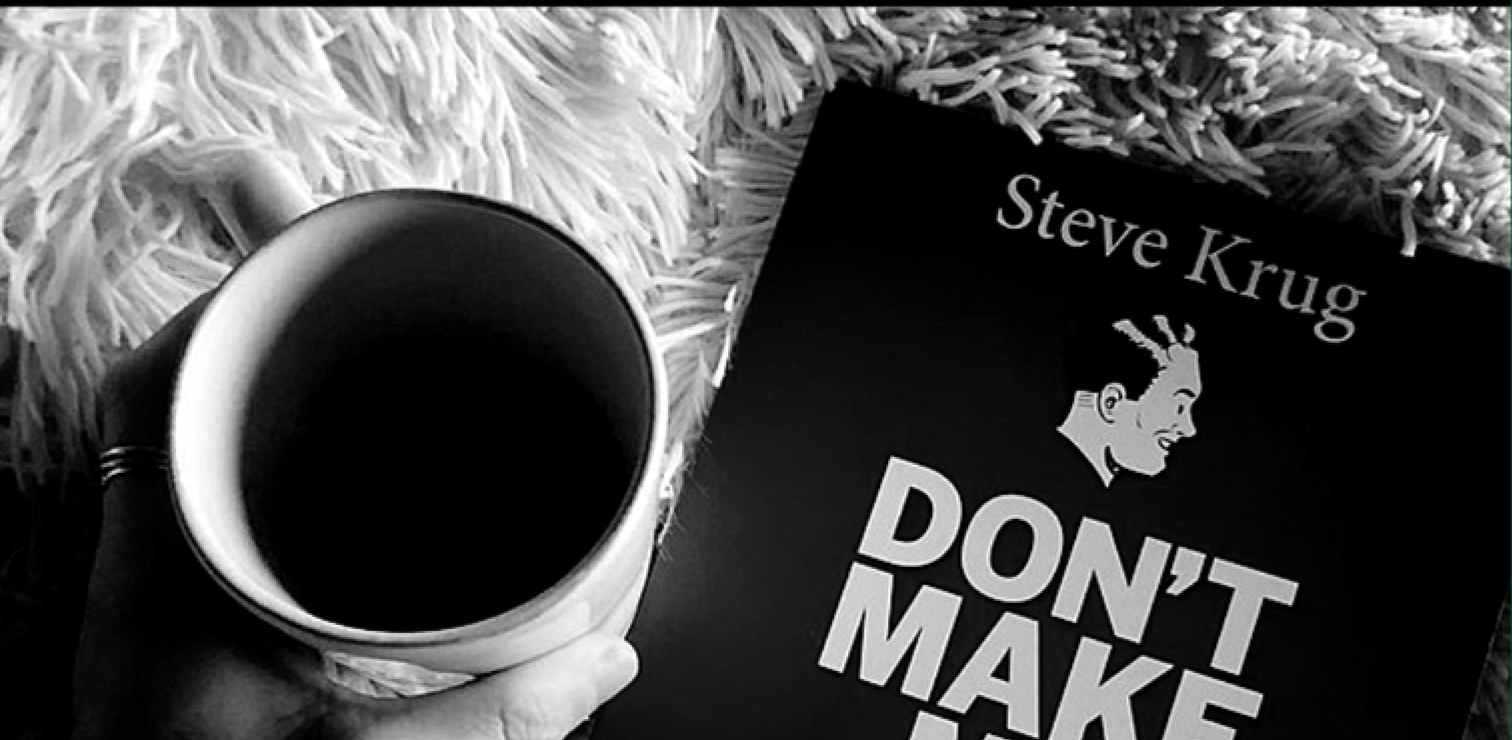
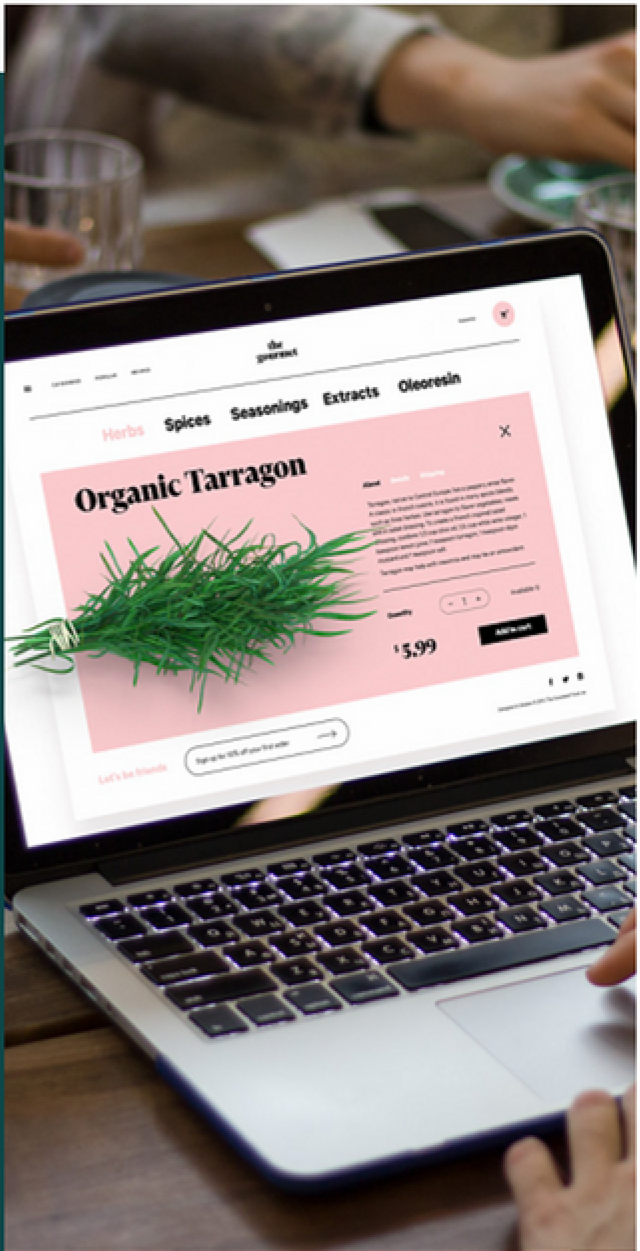
ویرایش اول

# DON'T MAKE ME THINK

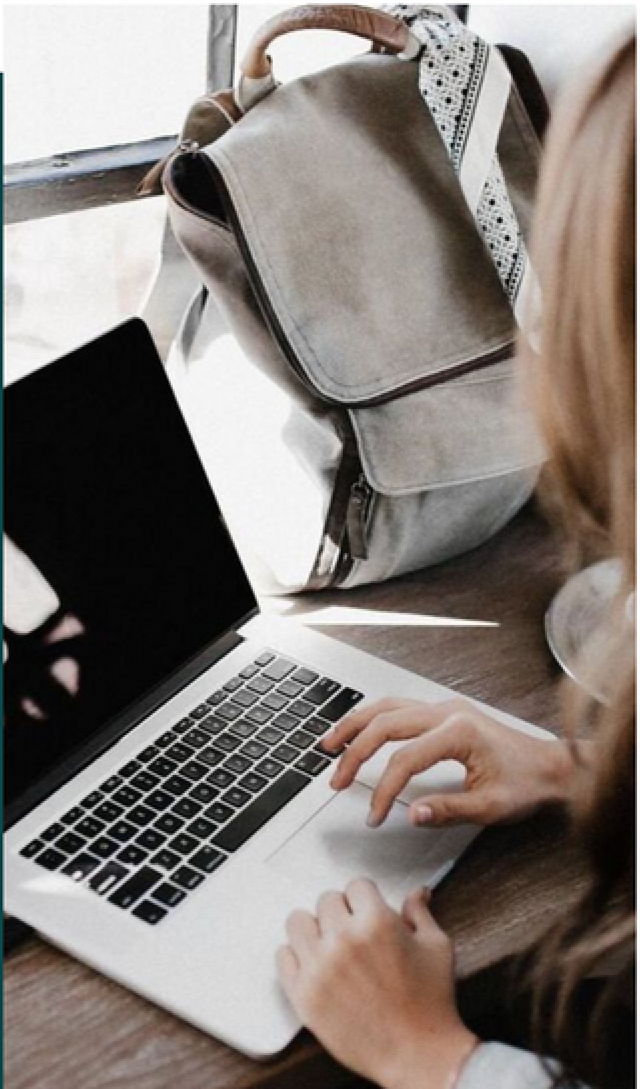
چکیده ای از مهم ترین مطالب کتاب...

گردآوری شده توسط احسان شجاعی

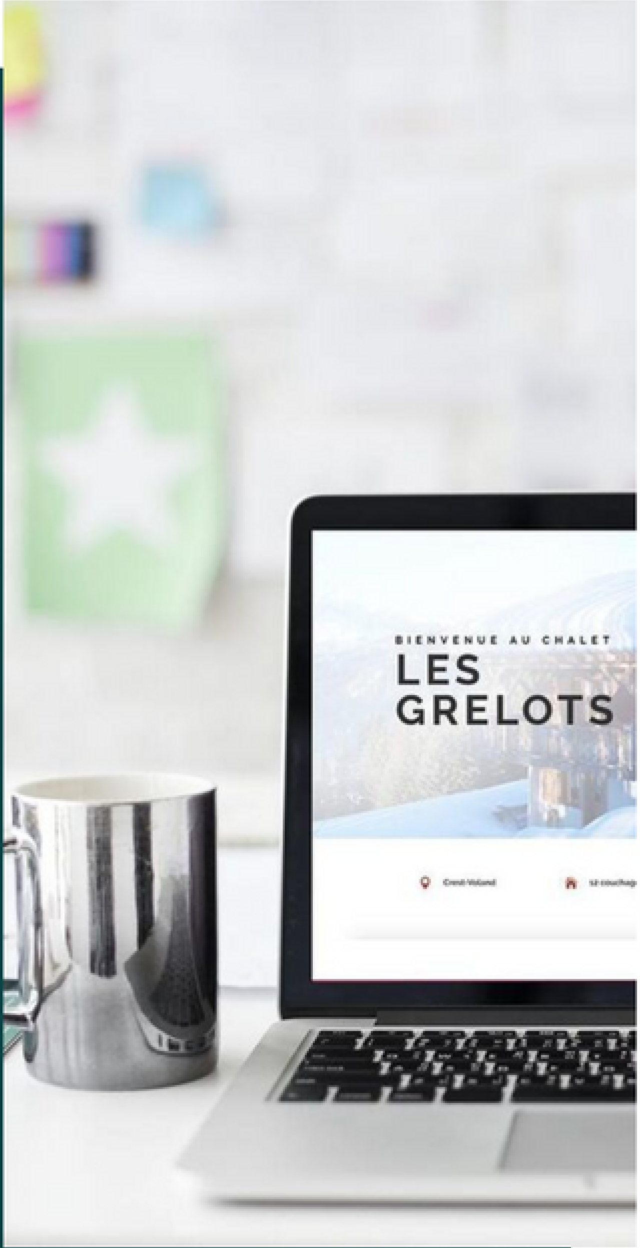




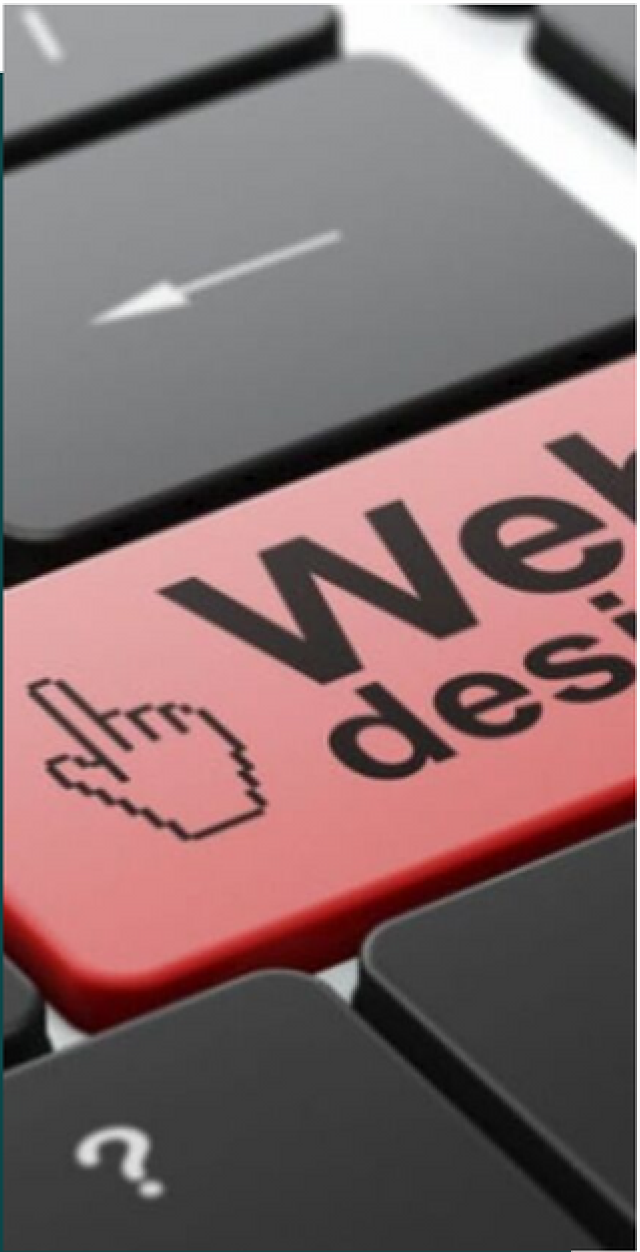

وقتی به یک وب سایت نگاه می اندازم
باید واضح ، بدیهی , بی نیاز از توصیف
باشد.  من باید بدون تلاش برای فکر
کردن درباره اش ، متوجه شوم که آن
چیست و چگونه می توانم از آن استفاده
کنم.



وقتی شما سایتی را طراحی
می کنید ، کار شما خلاص شدن
از شر علامت سوال ها است.



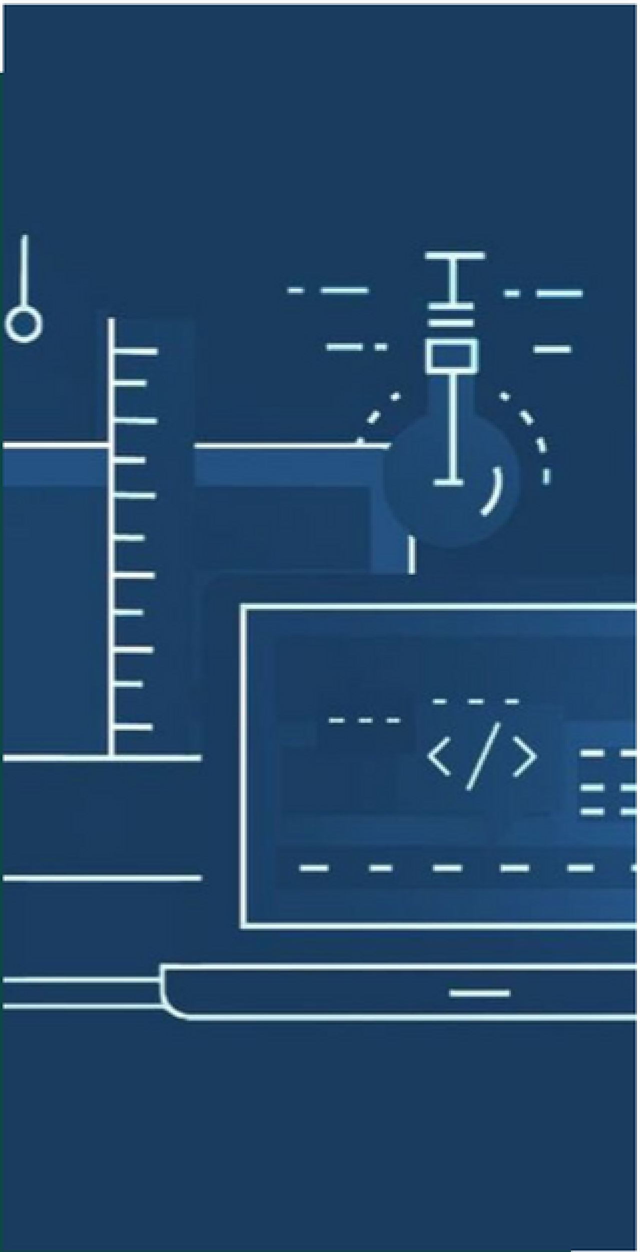

به عنوان یک کاربر ، هرگز مجبور
نیستم حتی یک میلی ثانیه
فکرم را به این موضوع
اختصاص دهم که موارد قابل
کلیک هستند یا نه.



کاربران نباید وقت خود را صرف فکر کردن درباره :

- من کجا هستم؟
- از کجا باید شروع کنم؟
- آنها ___ کجا قرار داده اند؟
- در این صفحه مهم ترین موارد کدام اند؟
- چرا این نام را برایش انتخاب کرده اند؟
- این بخشی از سایت است یا تبلیغات؟

کنند.

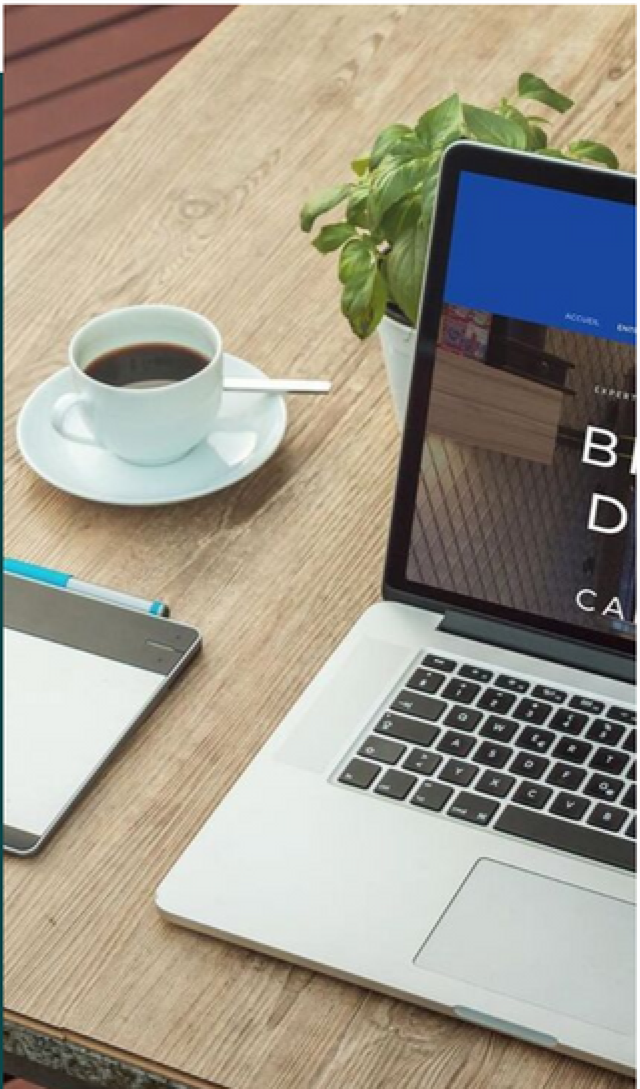


”

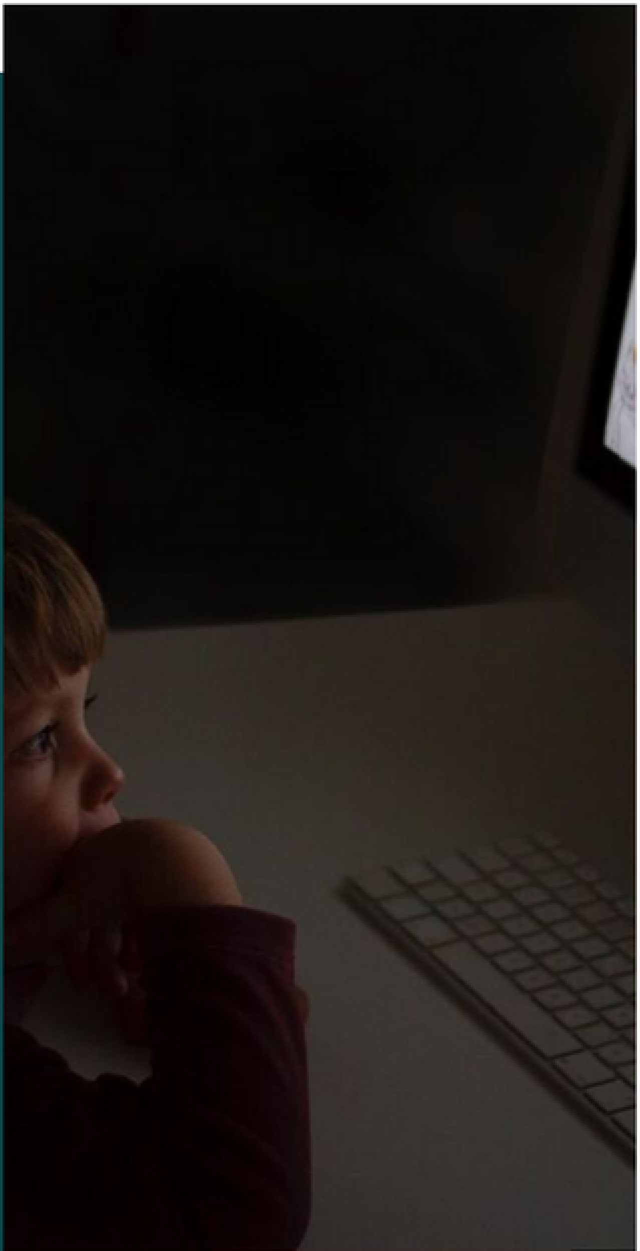
اگر نمی توانید چیزی را بدیهی
جلوه دهید ، نیاز دارید که
حداقل آن را بی نیاز از توضیح
کنید.



موارد همیشه در آخرین مکانی
که به دنبال آن می گردید
هستند. زیرا شما وقتی آنها را
پیدا کنید دیگر به دنبالش
نمی گردید!

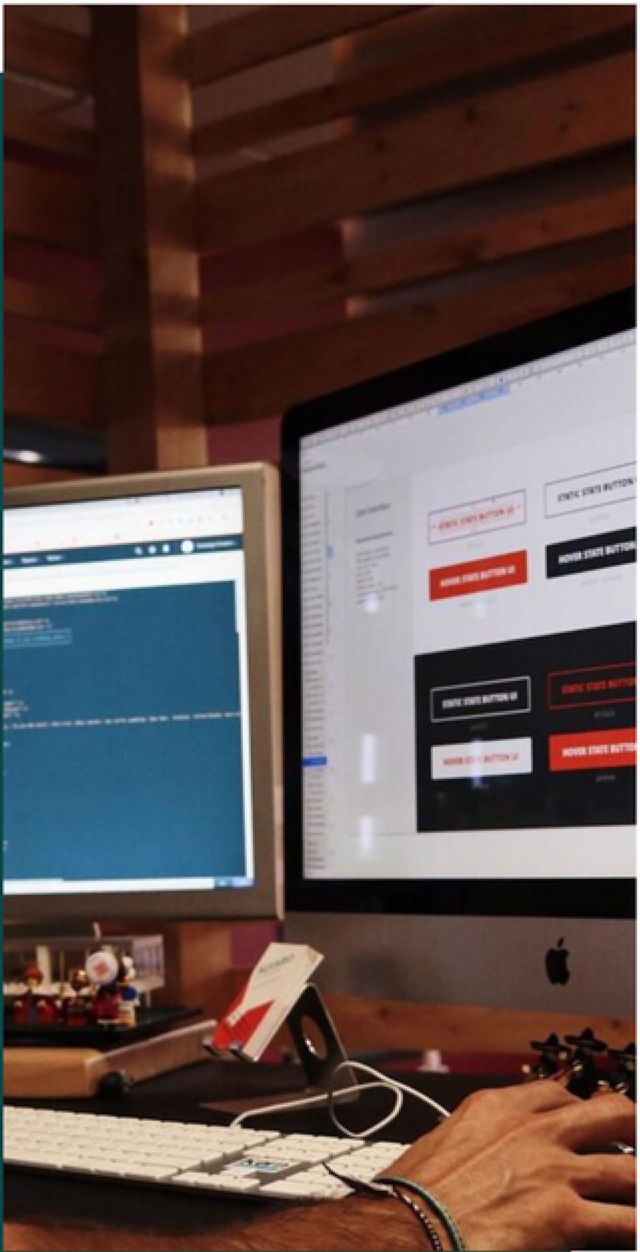


مردم تمایل دارند زمان خیلی
کمی را برای خواندن صفحات
سایت صرف کنند.  در عوض ،
ما آنها را اسکن می کنیم و به
دنبال کلماتی که چشمان ما را
جلب کنند می گردیم.



چرا ما اسکن می کنیم؟

- ما معمولاً در یک مأموریت هستیم.
- ما می دانیم که نیازی به خواندن هرچیزی نداریم.
- در آن حرفه ای هستیم.



وقتی که به یه صفحه نگاه
می کنیم ، چیزی که می بینیم
بستگی به این دارد که در
ذهن مان چیست و این معمولاً
بخشی از چیزی است که
آنجاست.




در حقیقت بیشتر اوقات ما بهترین گزینه را انتخاب نمی کنیم. اولین گزینه مناسب را انتخاب می کنیم ، استراتژی ای که بر اساس رضایت بخشی شناخته می شود.

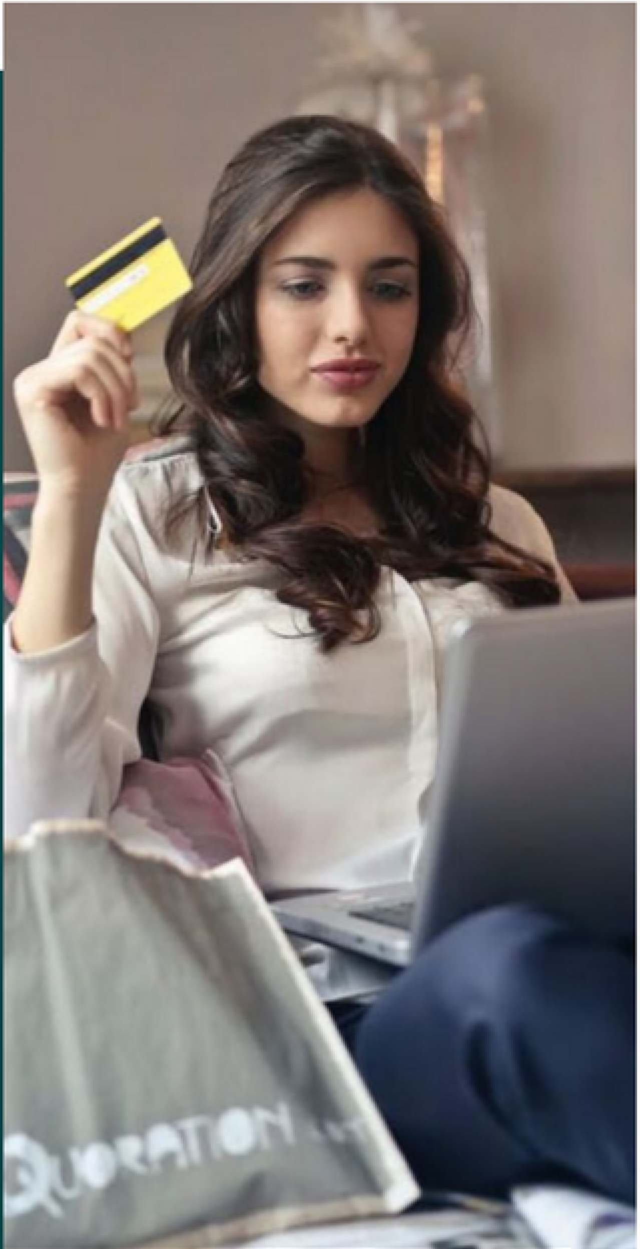


## چرا کاربران اینترنت دنبال بهترین انتخاب نمی گردند؟

- ما معمولاً عجله داریم.
- مجازات زیادی برای اشتباه حدس زدن وجود ندارد.
- حدس زدن سرگرم کننده تر است.



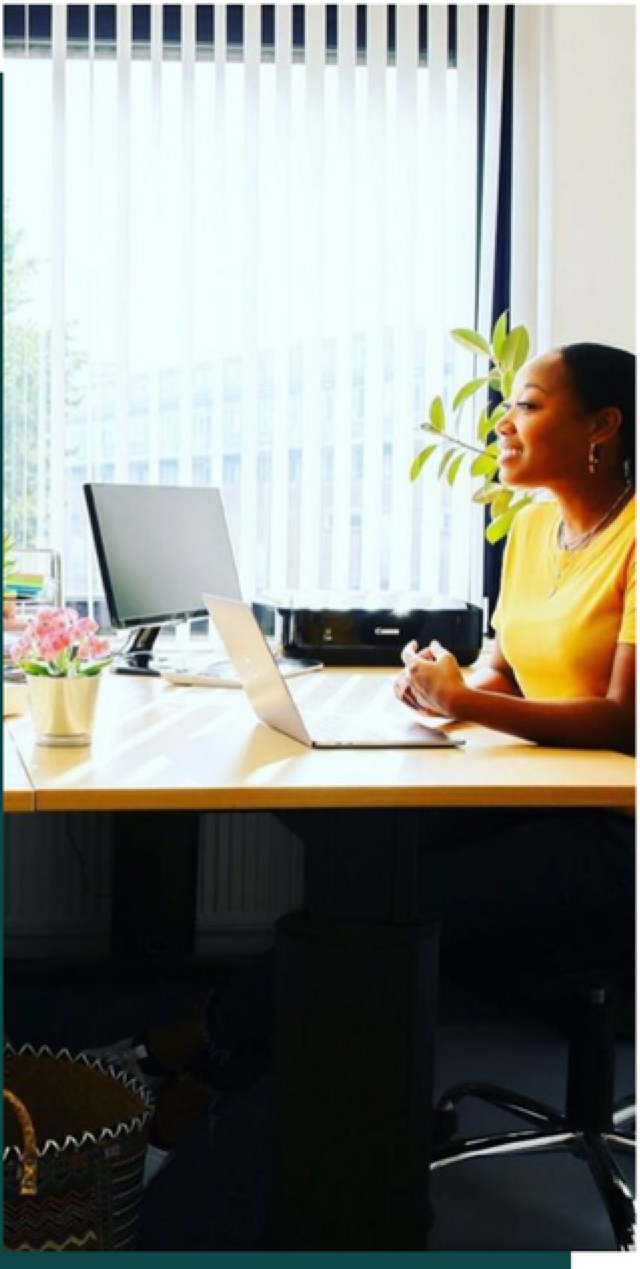
خیلی از مردم از نرم افزارها ، 
وب سایت ها و محصولات 
مصرفی به طور موثر استفاده 
می کنند متمایز از راهی که 
طراحان در نظر داشته اند.



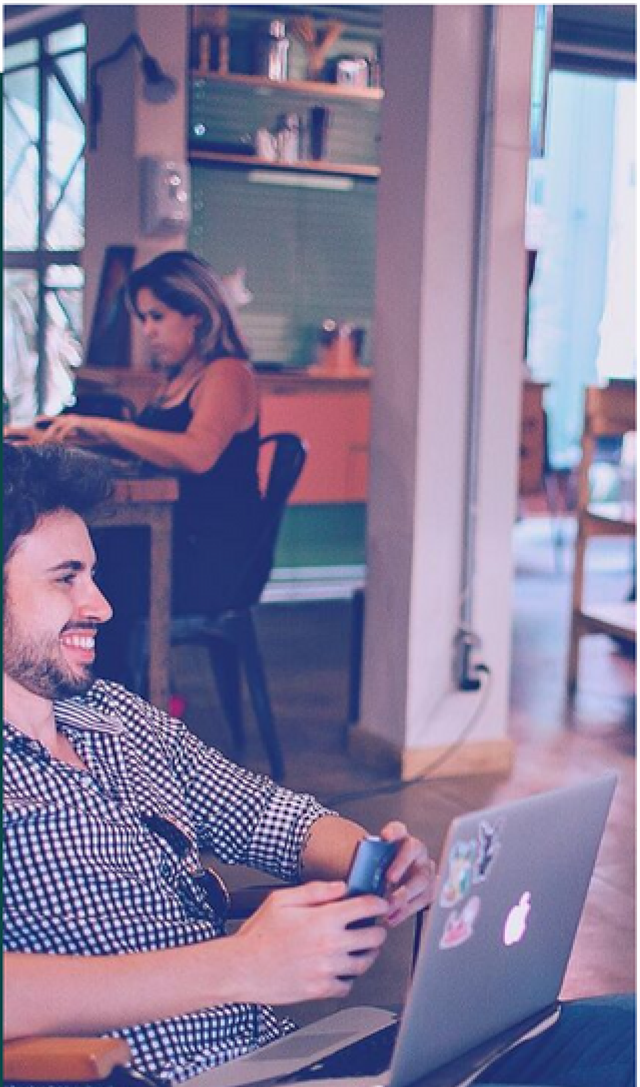

یکی از بهترین راه های آسان تر کردن فهم در هنگام عجله داشتن دنبال کردن کنوانسیون های موجود است ؛ قالب های فراگیر یا طراحی شده به صورت استاندارد.



کنوانسیون های سایت، زندگی
را برای کاربران آسان تر
می کنند زیرا آن ها مجبور
نیستند به طور مداوم بفهمند
که موارد چه هستند و با رفتن
از سایتی به سایتی دیگر چگونه
قرار است کار کنند.

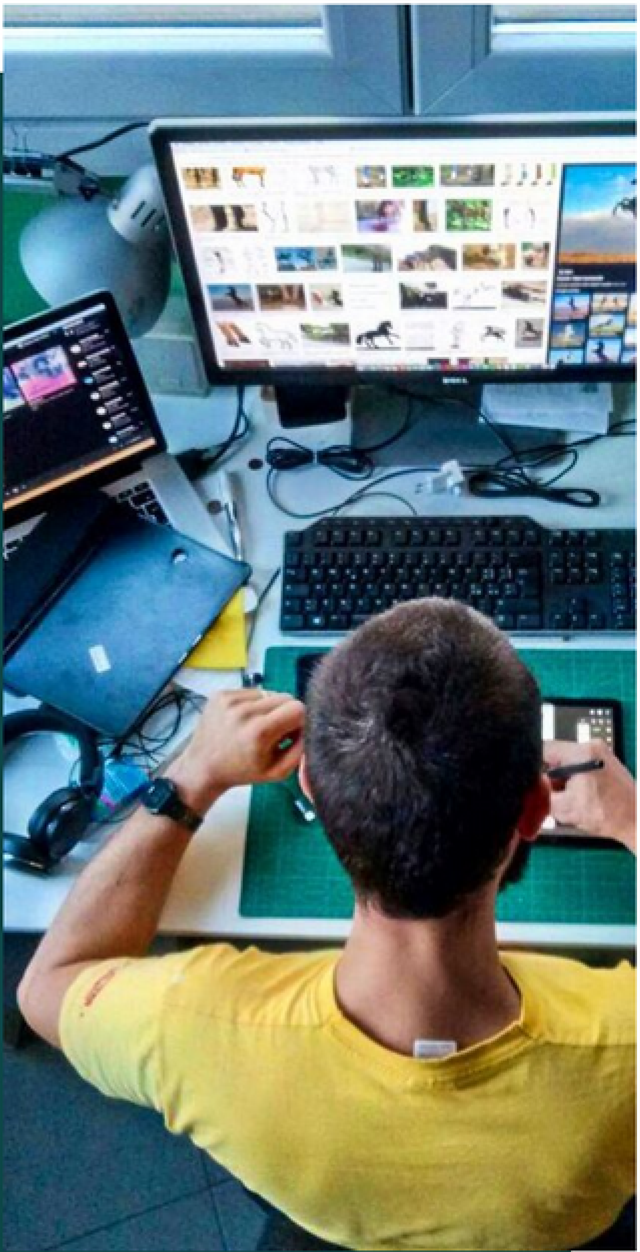


اگر شما نمی خواهید از یک کنوانسیون موجود در وب استفاده کنید باید مطمئن شوید که چیزی را که جایگزین آن کرده اید ، یا خیلی شفاف و بی نیاز از توضیح است که در این حالت منحنی یادگیری وجود ندارد یا فواید زیادی اضافه شده است که ارزش یک منحنی یادگیری کوچک را دارد.



صفحات با یک سلسله مراتب تصویری واضح سه صفت دارند:

- موردی که بیشتر اهمیت دارد ، موردی است که برجسته تر است.
- مواردی که منطقی با هم در ارتباط اند از لحاظ ظاهری هم در ارتباط اند.
- مواردی که ظاهراً تو در تو هستند که نشان دهند موردی بخشی از چیست.



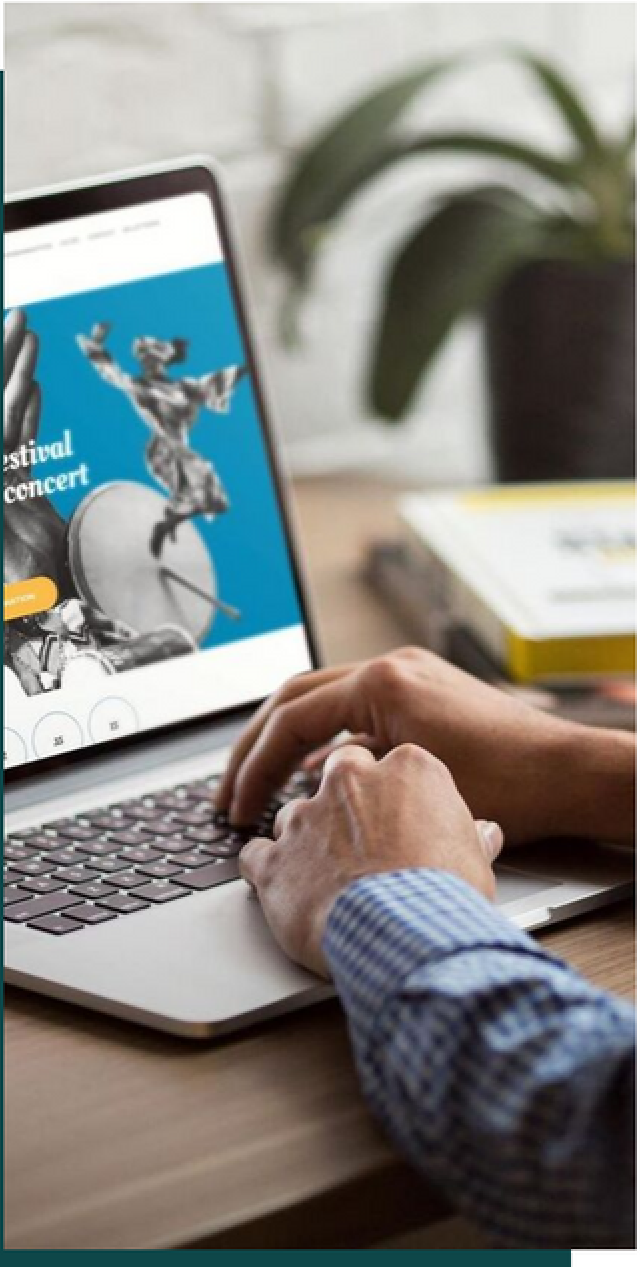
تقسیم کردن یک صفحه به بخش های کاملاً مشخص مهم است. زیرا اجازه می دهد تا کاربران به سرعت تصمیم بگیرند تا بر کدام بخش ها از صفحه تمرکز کنند و از کدام بخش ها با خیال راحت چشم پوشی کنند.




یکی از بهترین دشمنان صفحات با درک آسان ، شلوغی بصری است.




کاربران تحمل های مختلفی برای پیچیدگی و حواس پرتی دارند. برخی از افراد با صفحات پر سروصدا مشکلی ندارند ، اما بسیاری آن را کاملاً آزار دهنده می دانند.




برخی از صفحات مانند اتاقی است که ربوده شده است ، با مواردی که همه جا پخش شده اند.این یک علامت مطمئن است که طراح اهمیت استفاده از دسته بندی برای تراز کردن عناصر در یک صفحه را نمی داند.



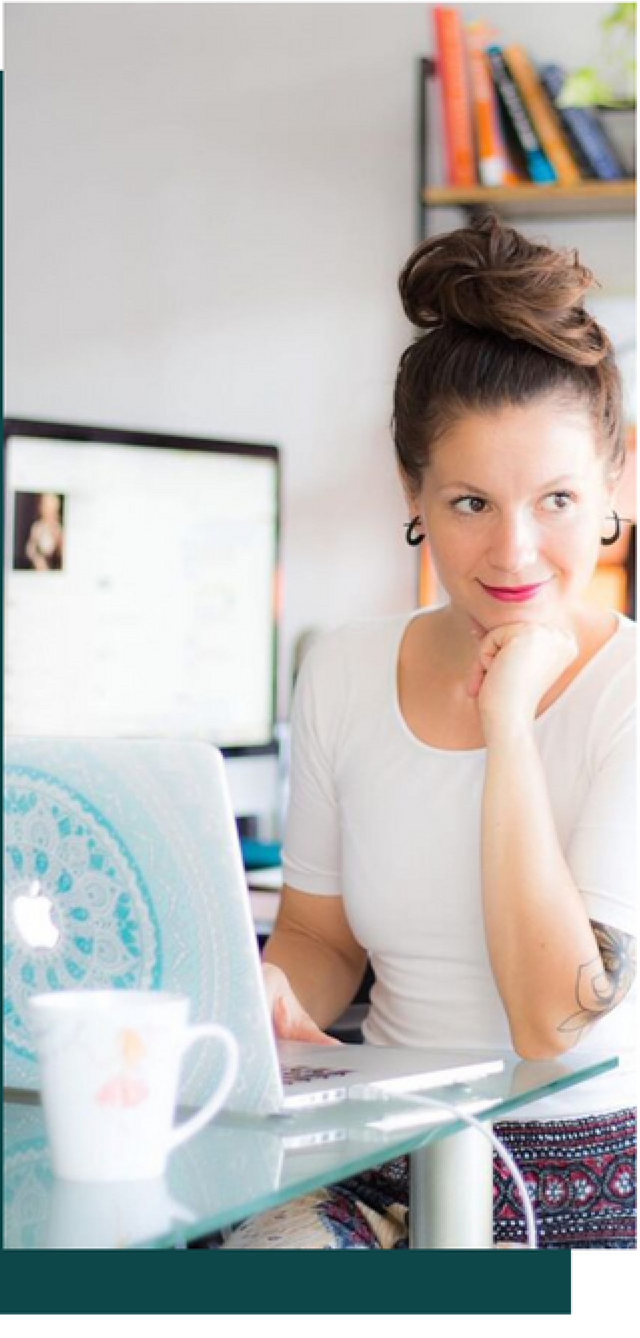
از هر موردی که واقعاً کمکی نمی کند خلاص شوید. با توجه به زمان و توجه محدود ، تمامی مواردی که بخشی از راه حل نیستند باید از بین بروند.



اجازه ندهید تیترهایتان شناور باشند.اطمینان حاصل کنید که آن ها به بخشی که معرفی می کنند نزدیک تر باشند تا به بخشی که دنبال می کنند. این تفاوت بزرگی را ایجاد می کند.



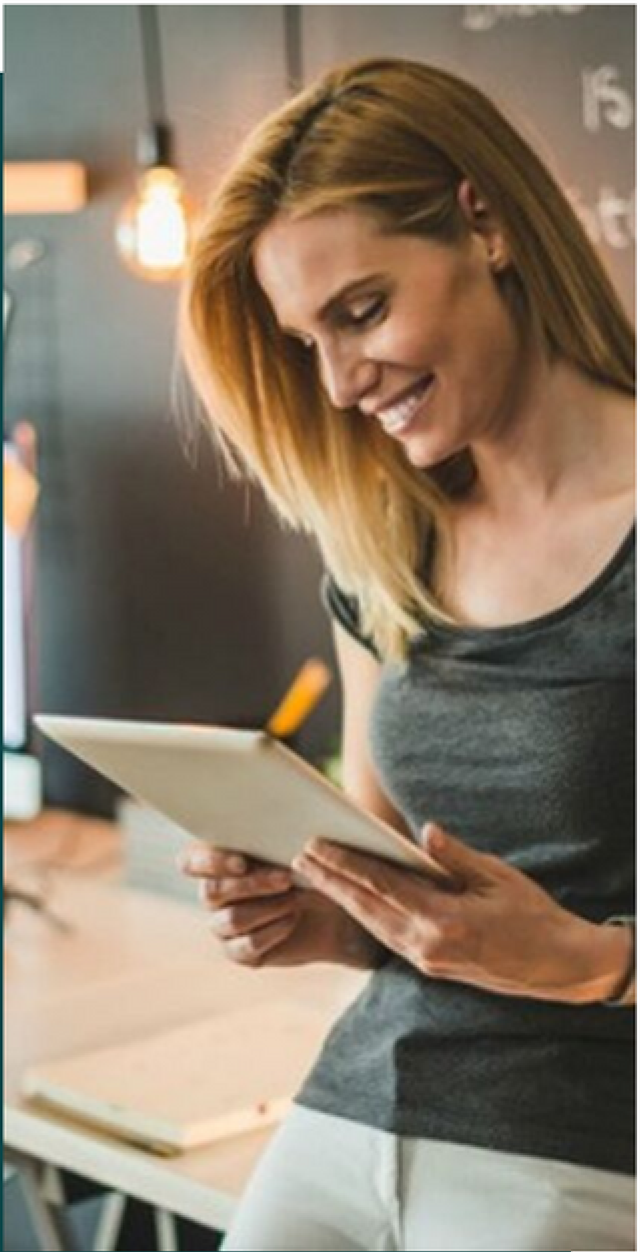

اسکن کردن اکثر صفحات شامل
گشتن به دنبال کلمات و
عبارات کلیدی می شود. قالب
بندی کردن مهم ترین آنها به
صورت برجسته در اولین بار که
در متن ظاهر می شوند ، پیدا
کردن آنها را آسان تر می کند.



مشکلی وجود ندارد که چند بار
مجبور هستم کلیک کنم ،
تا زمانی که کلیک کردن یک
انتخاب بی فکر و بی ابهام
باشد.




وقتی شما نمی توانید از دادن
یک انتخاب مشکل به من
جلوگیری کنید ، شما نیاز دارید از
راه خود خارج شوید تا بتوانید
راهنمایی های لازم را به من
بدهید __ اما نه زیاد.

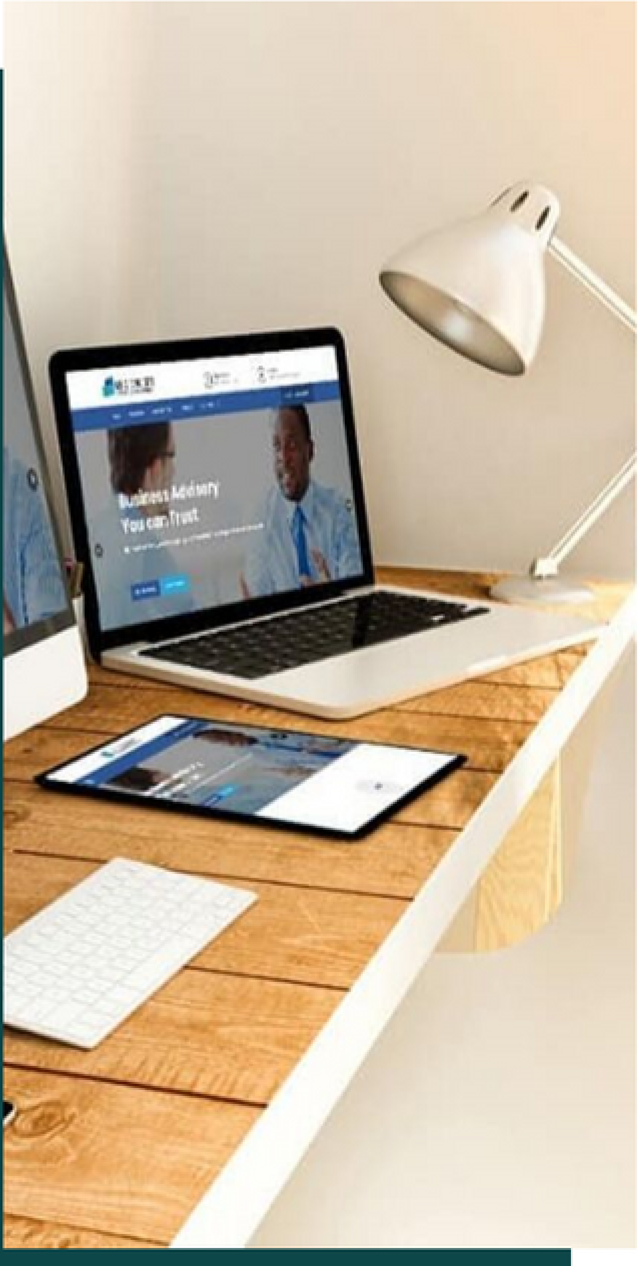


در هر صفحه از نیمی از کلمات
خلاص شوید و سپس از نیمی از
آنچه باقی مانده خلاص شوید!



خلاص شدن از تمام کلماتی که کسی قصد خواندن آن ها را ندارد چندین اثر مهم را داراست :

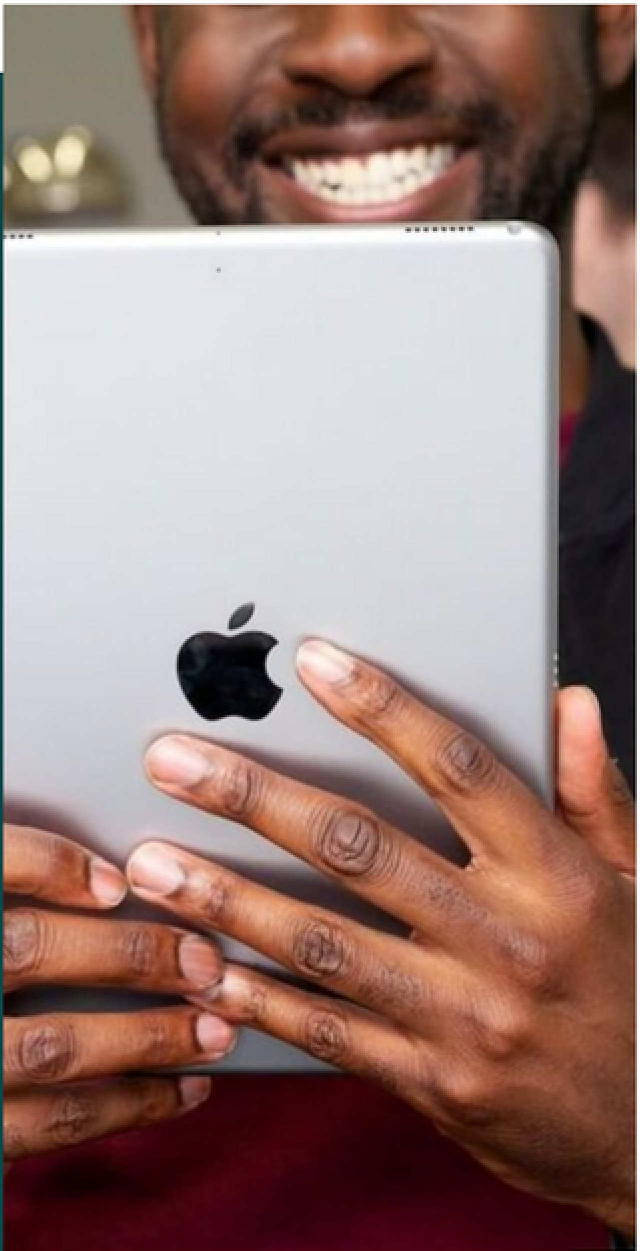
- سطح شلوغی صفحه را کاهش میدهد.
- باعث می شود که محتوای مفید برجسته تر شود.
- باعث می شود تا صفحه ها کوتاه تر شوند ،
- به کاربران اجازه می دهد تا در یک نگاه بخش بیشتری از صفحه را بدون پیمایش مشاهده کنند.




مردم از سایت شما استفاده
نخواهند کرد اگر نتوانند
مسیرشان را درآن پیدا کنند.



تصمیم گیری برای شروع با مرور
یا جستجو کردن ، به قالب
ذهنیت فعلی آن ها ، چه مقدار
عجله دارند و آیا سایت در ظاهر
از پیمایش قابل قبولی برخوردار
است یا نه بستگی دارد.



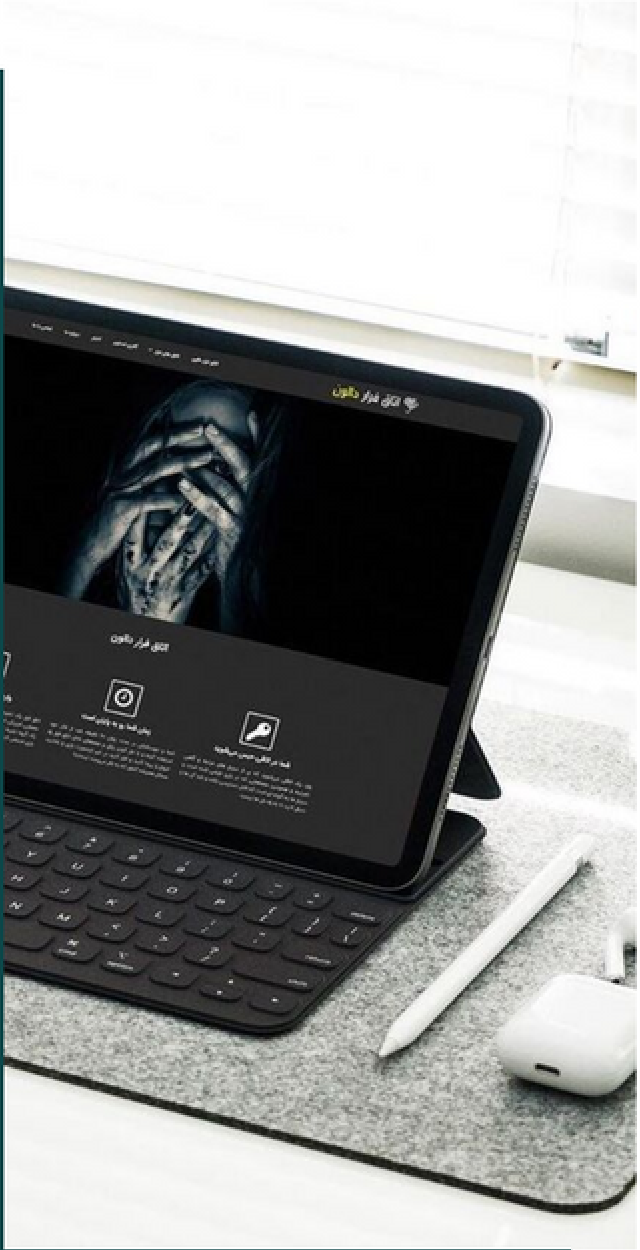
صفحات اصلی مکان های نسبتاً ثابتی هستند.  وقتی شما وارد یک سایت می شوید ، صفحه اصلی مانند ستاره شمالی می باشد.کلیک بر صفحه اصلی امکان شروع تازه ای را به شما می دهد.



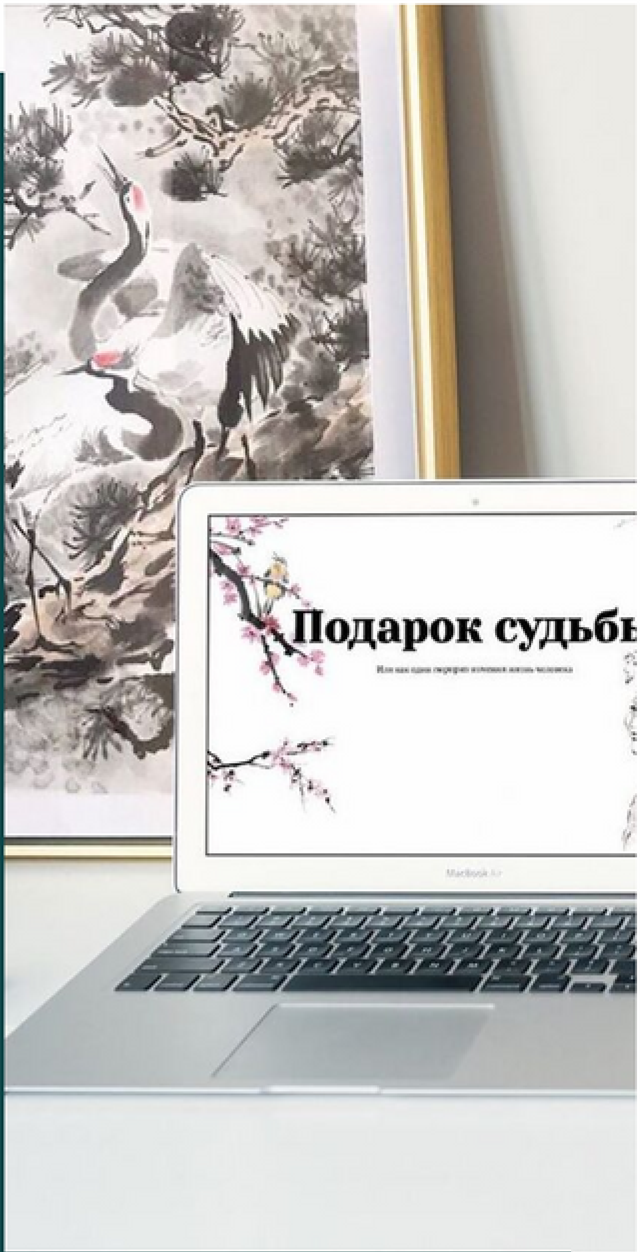

دو هدف از پیمایش کاملاً واضح است ؛ کمک به ما برای پیدا کردن آنچه می خواهیم و به ما بگوید که در کجا هستیم.



ناوبری به ما می گوید که این
سایت شامل چه چیزی است.
ناوبری محتوا را فاش می کند!



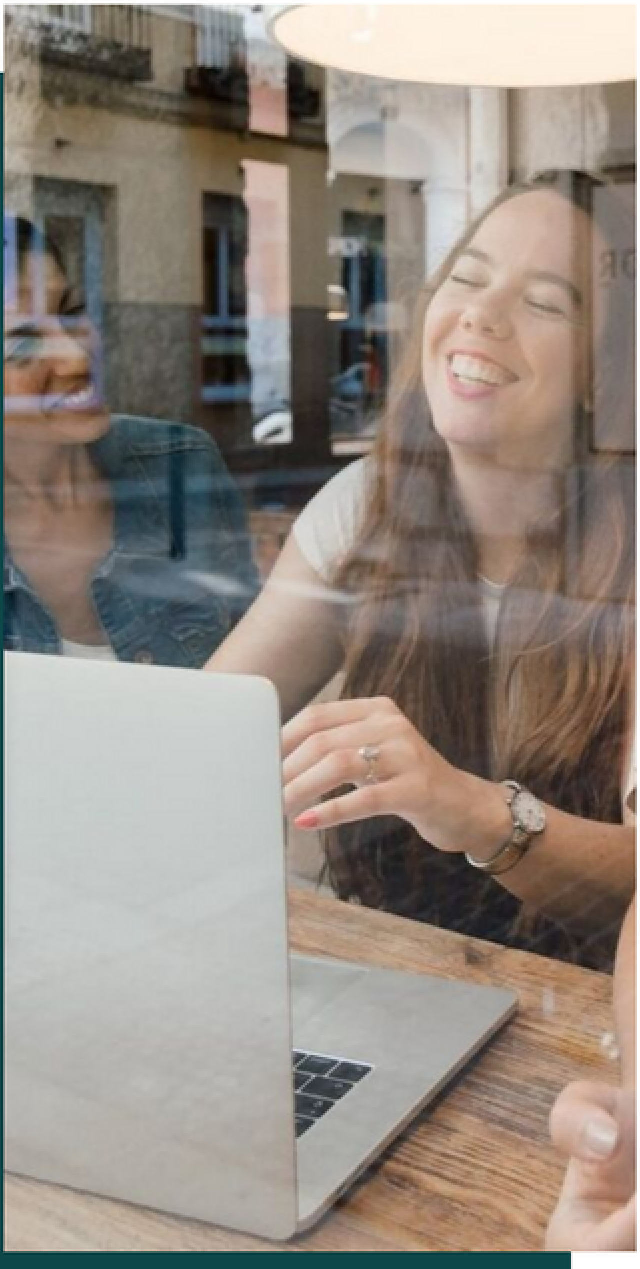
اگر ناوبری کار خود را انجام
دهد ، دقیقاً به شما می گوید از
کجا باید شروع کنید و گزینه
های شما چه هستند. در اصل
باید تمام دستورالعمل های
مورد نیاز شما باشد.



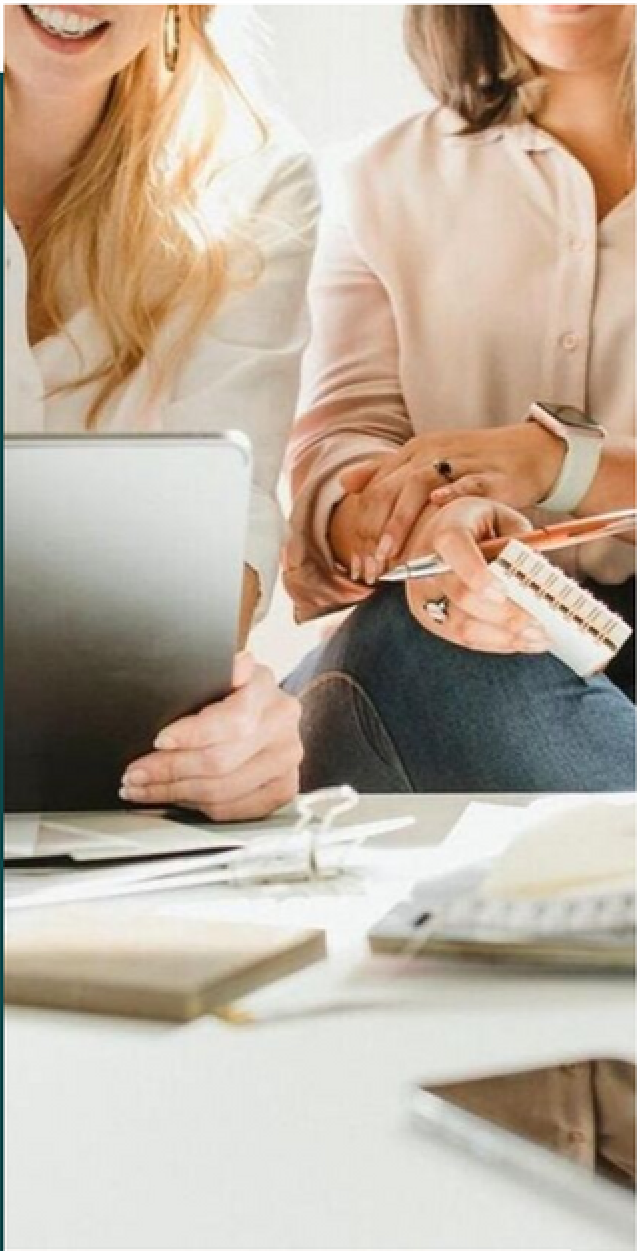

ناوبری واضح و خوب فکر شده
یکی از بهترین فرصت هایی که
یک سایت برای ایجاد یک حس
خوب دارد ، است.



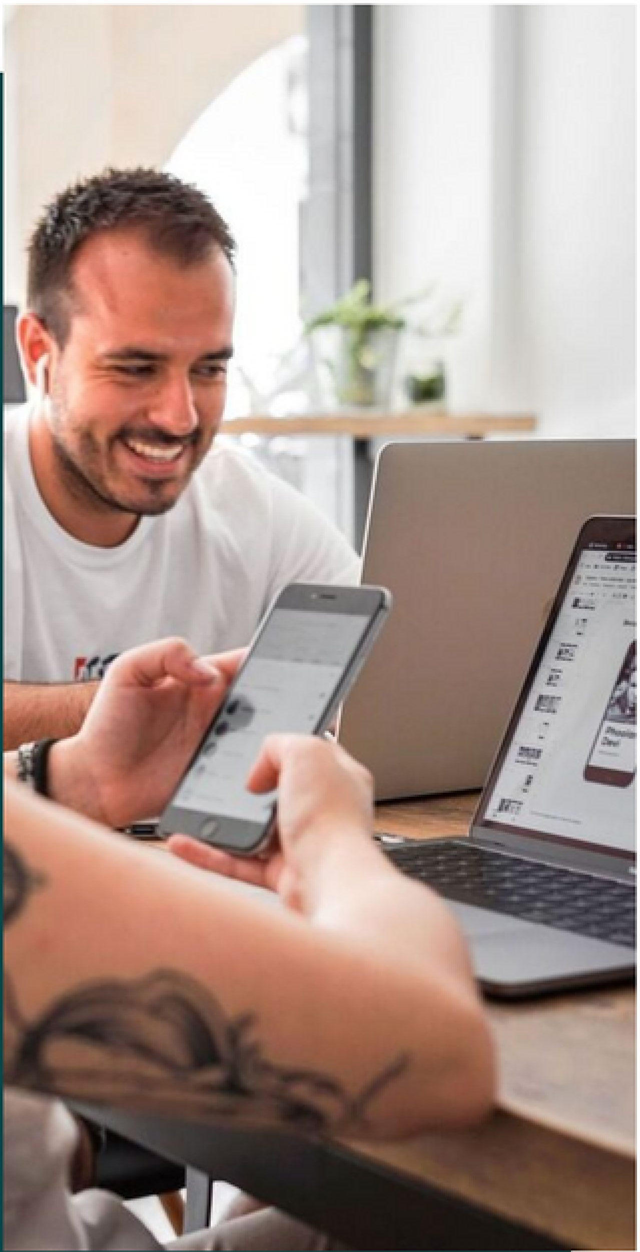

فقط ظاهر شدن ناوبری در یک مکان ثابت در همه صفحات با ظاهری یکپارچه به شما در لحظه اطمینان آن را می دهد که در همان سایت هستید. موردی مهم تر از آن چیزی است که شاید فکرش را می کردید.



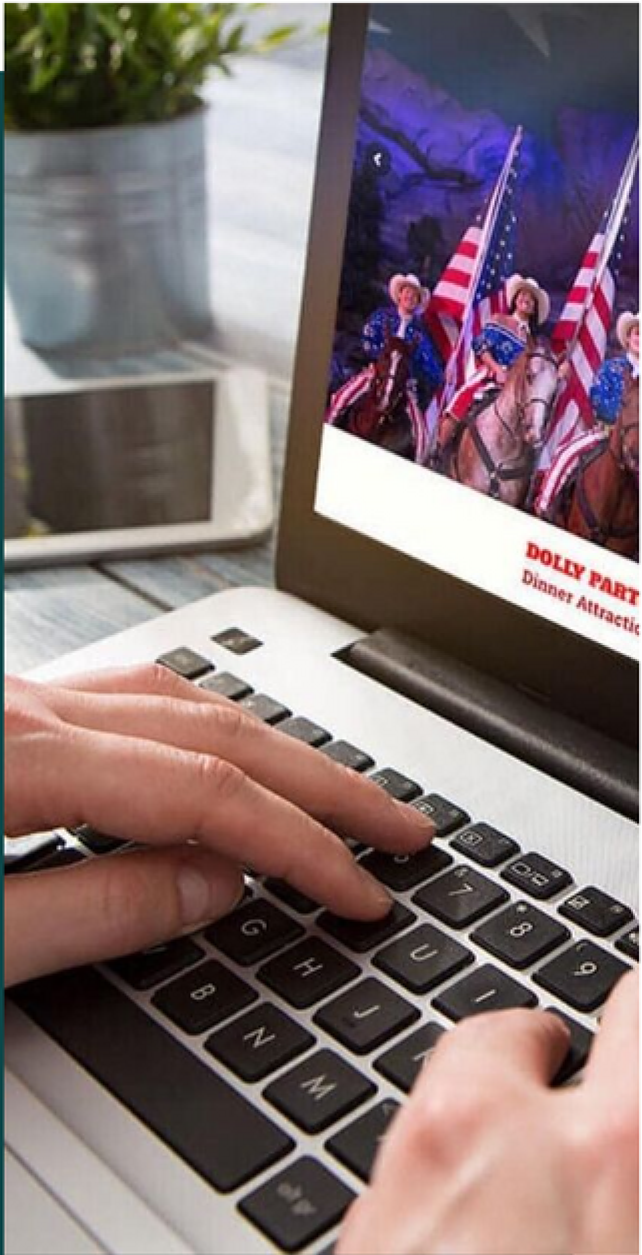
به عنوان یک قاعده ، ناوبری
می تواند فقط شامل چهار یا پنج
خدمت شود. مواردی که اغلب
کاربران به آن نیاز دارند. اگر
تلاش کنید در آن بیشتر از آن
جای دهید ، آن موارد مجاب می
شوند که در شلوغی گم شوند.



طراحان عاشق نشانه های ظریف هستند ، زیرا ظرافت یکی از نشانه های طراحی حرفه ای است. اما کاربران وب معمولا طوری عجله دارند که طبق معمول به نشانه های ظریف توجهی نمی کنند.



تمامی صفحات باید جعبه جستجو یا پیوندی به صفحه جستجو داشته باشد. حتی اگر دلیل خیلی کمی برای جستجو در سایت شما باشد ، باید در آن یک جعبه جستجو باشد.




نشانگر صفحات مسیر را از صفحه اصلی تا به جایی که در آن حضور دارید نشان می دهد و بازگشت به مراحل بالاتر را در سلسله مراتب یک سایت آسان تر می کند.




نشانگر صفحات بی نیاز از توضیح هستند ، فضای زیادی را اشغال نمی کنند و یک راه مناسب و استوار برای انجام دو مورد که اکثر اوقات نیاز دارید انجام دهید ، فراهم می کنند : پشتیبان گیری از یک سطح یا رفتن به خانه. آن ها در یک سایت بزرگ با سلسله مراتب عمیق بیشترین استفاده را دارند.



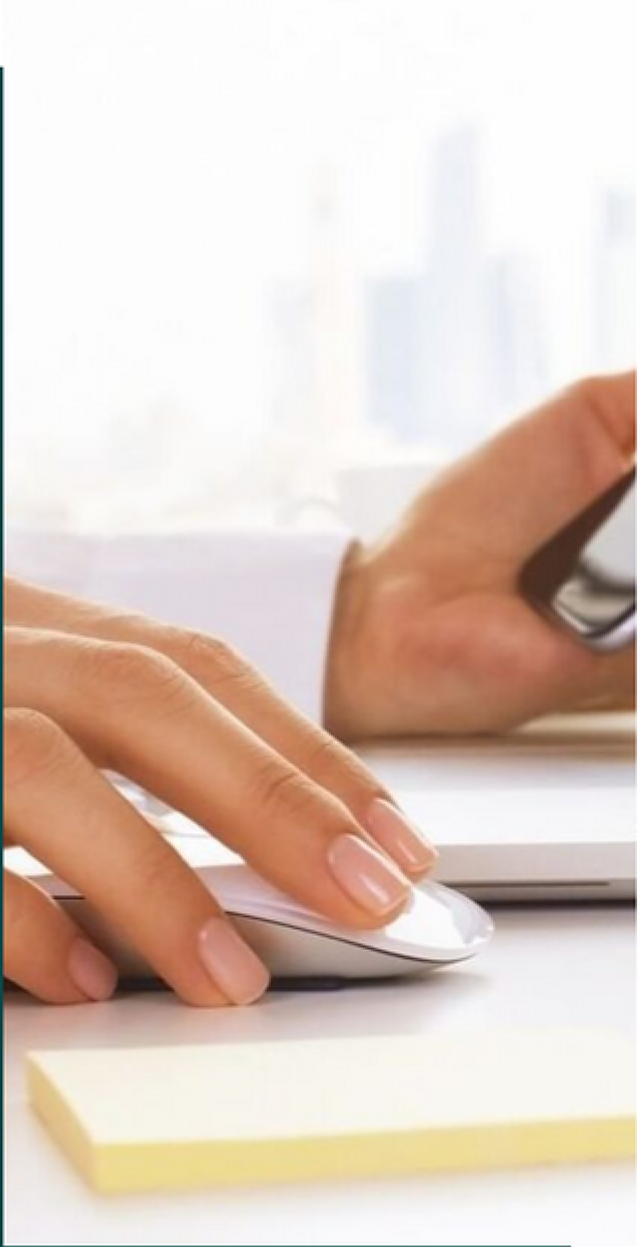

برای اینکه برگه ها بتوانند با کامل ترین اثر گذاری کار کنند ، گرافیک وظیفه ی ساخت وهم تصویری را دارد که برگه ی فعال جلوتر از باقی برگه ها باشد.



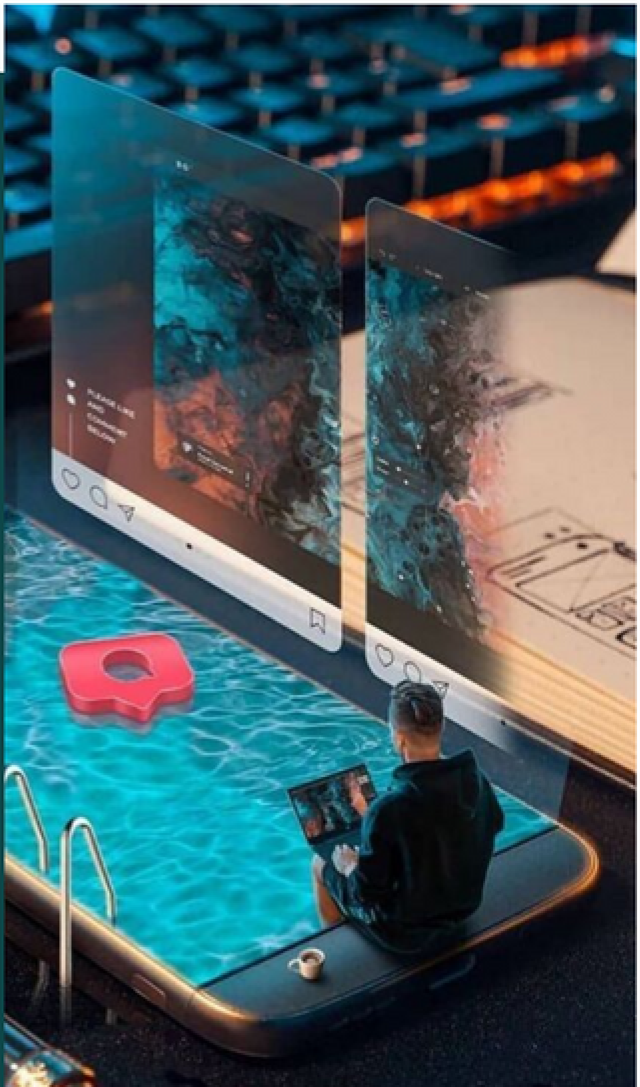
یه آن وقتی فکر می کنید که
پایه و اساس ها را تماماً پوشش
داده اید ، فقط همیشه یک
مورد دیگر وجود دارد!



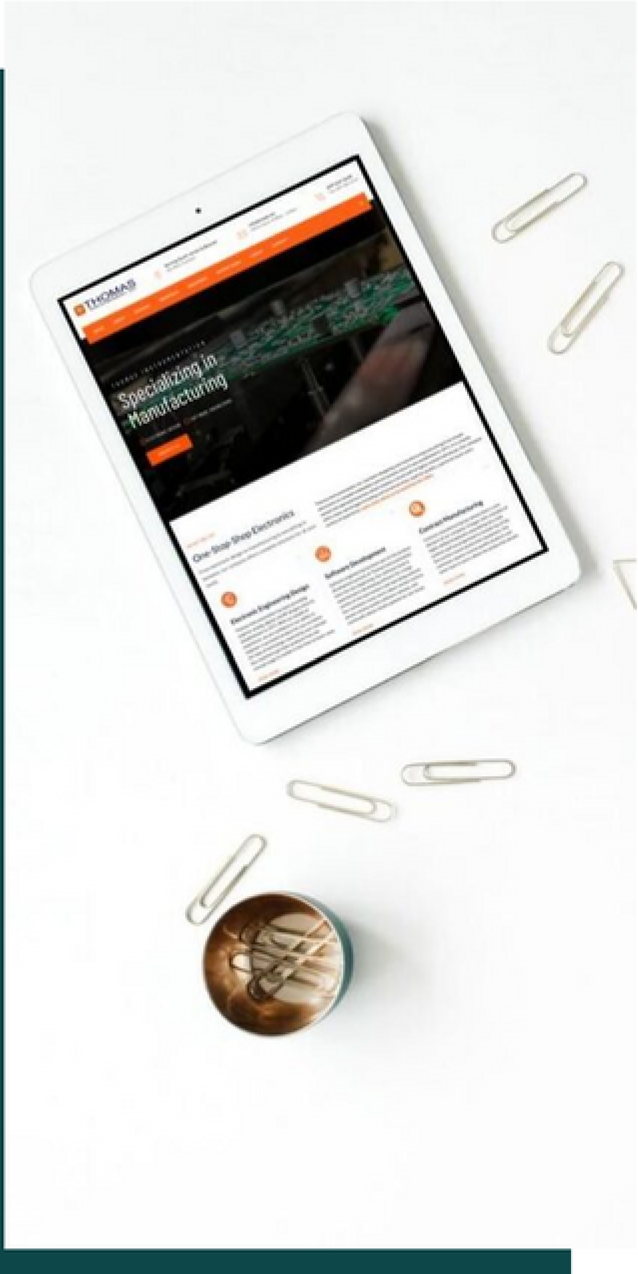
صفحه اصلی باید به من بگوید
که این سایت چیست و برای چه
کاری است و در صورت امکان ،
چرا باید اینجا باشم ، نه در
سایت مشابه دیگری.



همانند جلد یک مجله ، صفحه اصلی باید با اشاره به محتوای خوب داخل خود من را جلب کند.



اگر موفقیت سایت اغلب به
بازگشت من بستگی دارد،
احتمالاً صفحه اصلی باید
محتوایی داشته باشد که مرتباً
به روز می شود.



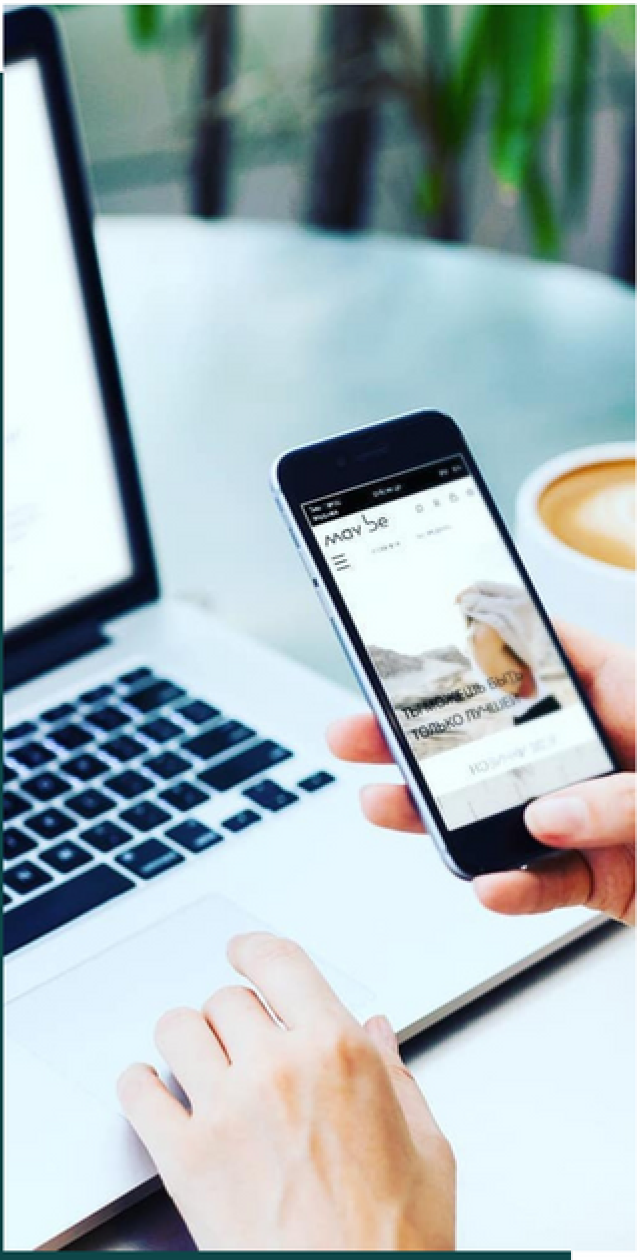

فضای صفحه اصلی باید برای هرگونه تبلیغات ، تبلیغات متقابل و معاملات برندسازی مشترک اختصاص یابد.



اگر سایت از ثبت نام استفاده
می کند.  صفحه اصلی به پیوند
ها و کادرهای متنی برای ثبت
نام کاربران جدید و ورود
کاربران قدیمی و راهی برای
اینکه اجازه دهد تا متوجه شوم
که وارد شده ام ، نیاز دارد.




به من نشان بده از کجا شروع کنم. هیچ چیز بدتر از این نیست که با صفحه اصلی روبرو شوید و هیچ ایده ای برای اینکه از کجا شروع کنید ، نداشته باشید.



طراحان وب سایت همیشه در تلاش هستند تا ظاهر صفحات را جذاب تر کنند. اگر به درستی انجام دهند ، تب ها می توانند یک نظمی را اضافه کرده و یک هدف مفید را ارائه دهند.




برخلاف صفحات سطح پایین تر ، صفحه اصلی باید برای هر کسی که از سایت بازدید می کند جذاب باشد. مهم نیست که چقدر علایق آن ها متنوع است.



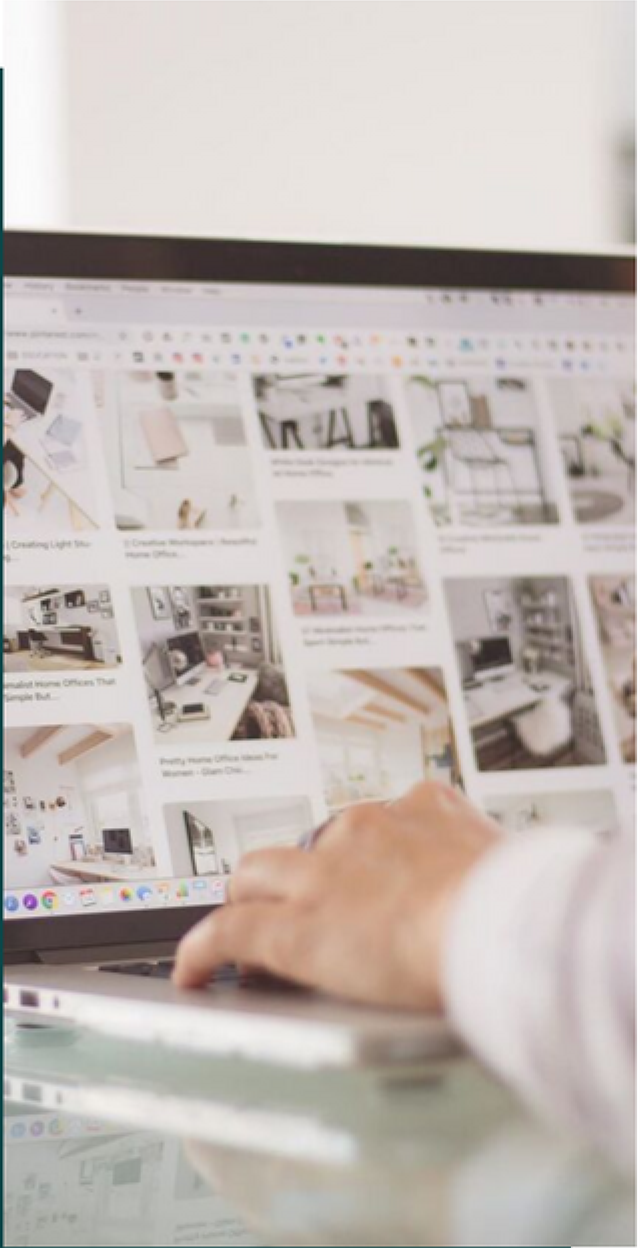
اگر در چند ثانیه اول برای من
واضح نباشد که به چه چیزی
نگاه می کنم ، درک کردن باقی
موارد در صفحه سخت تر
می شود. و شانس اینکه من
چیزی را به غلط تفسیر کنم و
ناامید شوم قوی تر خواهد شد.



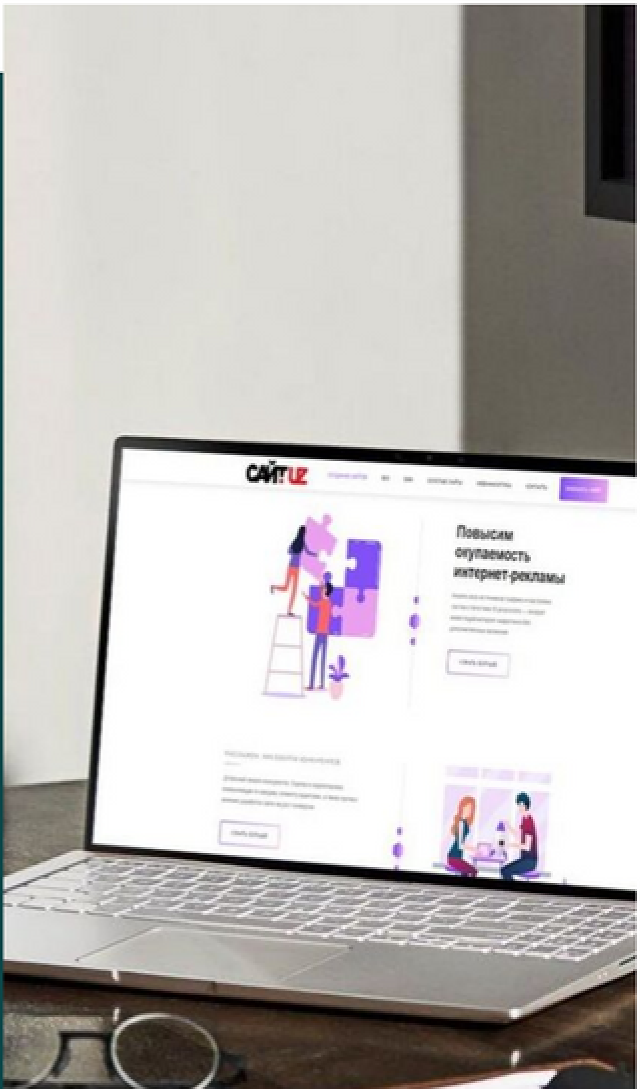
اکثر کاربران احتمالاً زودتر از
همه محتوایات صفحه اصلی
سعی خواهند کرد که حدس
بزنند این سایت چیست. اما اگر
آن ها نتوانند حدس بزنند ،
شما نیاز دارید فضایی در صفحه
داشته باشید که آن ها بتوانند
بروند تا کشف کنند.



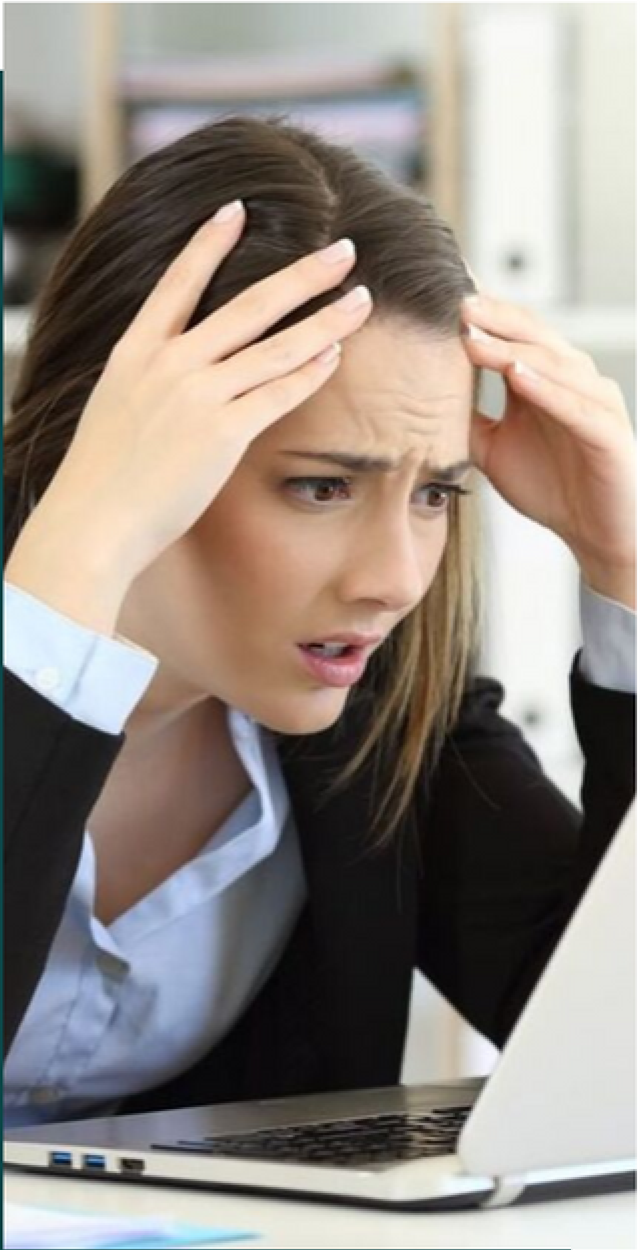
شما نیاز دارید که صفحه اصلی را به کسانی خارج از سازمان خود نشان دهید تا به شما بگوید که طراحی ، کار خودش را تماماً انجام داده یا نه. زیرا نکته اصلی ، موردی است که کسی از درون سازمان ایرادش را نخواهد دید.



شعار های خوب فقط به اندازه کافی طولانی هستند ، اما خیلی طولانی نیستند. شش تا هشت کلمه به نظر به اندازه کافی طولانی است که یک فکر کامل را منتقل کند ، اما به اندازه کافی کوتاه است تا به راحتی جذب کند.




تست کردن یک کاربر صد درصد از تست نکردن بهتر است. تست کردن همیشه کار می کند ، و حتی بدترین تست با کاربری اشتباه به شما موارد مهمی را نشان خواهد داد که می توانید سایتتان را ارتقا دهید.



تست کردن یک کاربر در ابتدای کار بهتر از تست کردن پنجاه کاربر در نزدیکی به پایان است.



اگر می خواهید بدانید چیزی به اندازه کافی برای استفاده آسان است یا نه ، برخی مردم را هنگام تلاش برای استفاده از آن نگاه کنید و جایی که آن ها به مشکلات بر می خورند را یادداشت کنید.



هر تیم توسعه وب باید صبح
یک روز در ماه را صرف انجام
آزمایش قابلیت استفاده کند.
در یک صبح ، شما می توانید
سه کاربر را آزمایش کنید و
سپس به ناهار بپردازید.

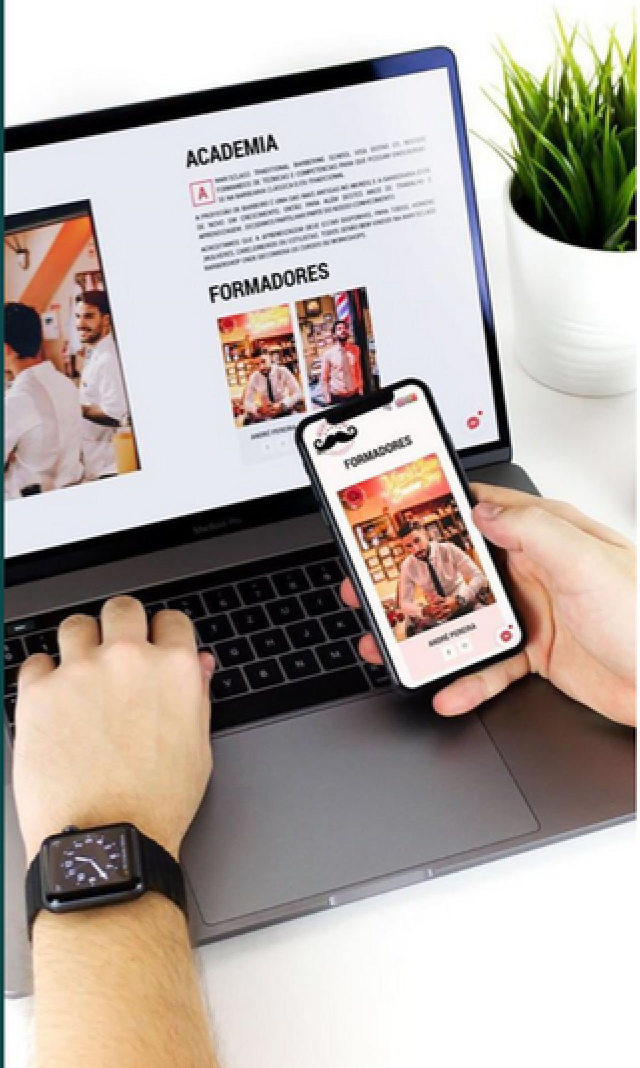



بخشی از جدیدترین ، بهترین و محبوب ترین مطالب را در کانون توجه قرار دهید.

مانند بهترین داستان ها یا داغ ترین معاملات.



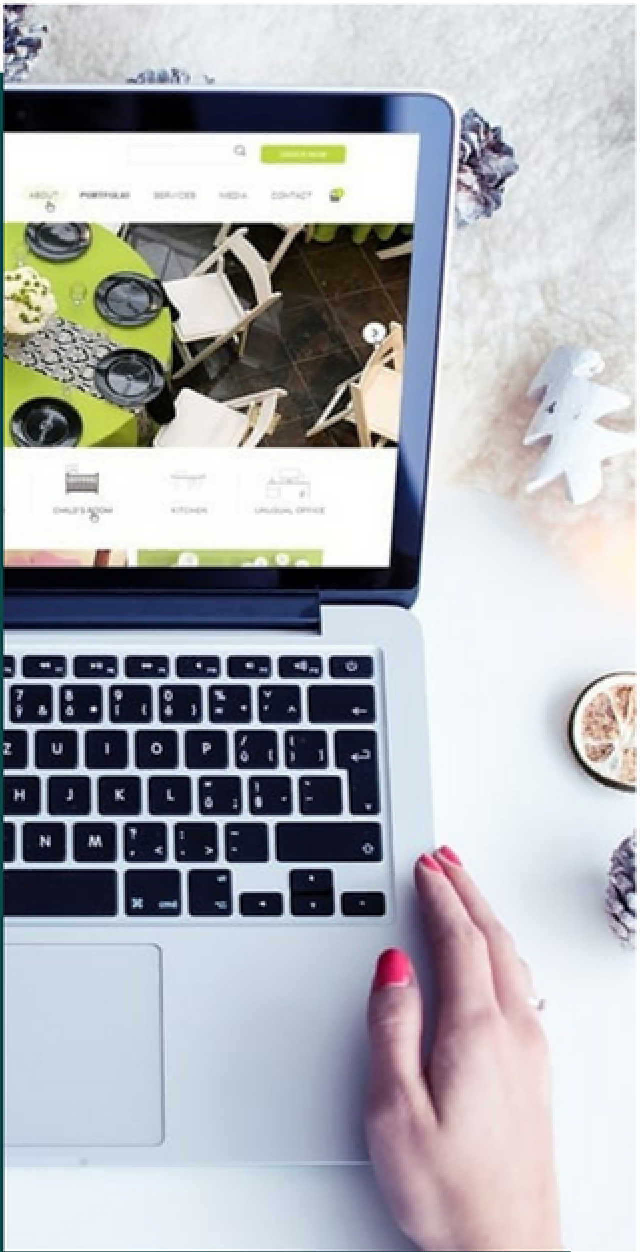

اگر در کل شما منبعی برای
متحرک کردن سایت خود ندارید
و از طراحی واکنش گرا استفاده
نمی کنید ، شما باید حداقل
مطمئن شوید سایت شما در
برابر تلاش برای مشاهده آن در
یک موبایل مقاومت نمی کند.



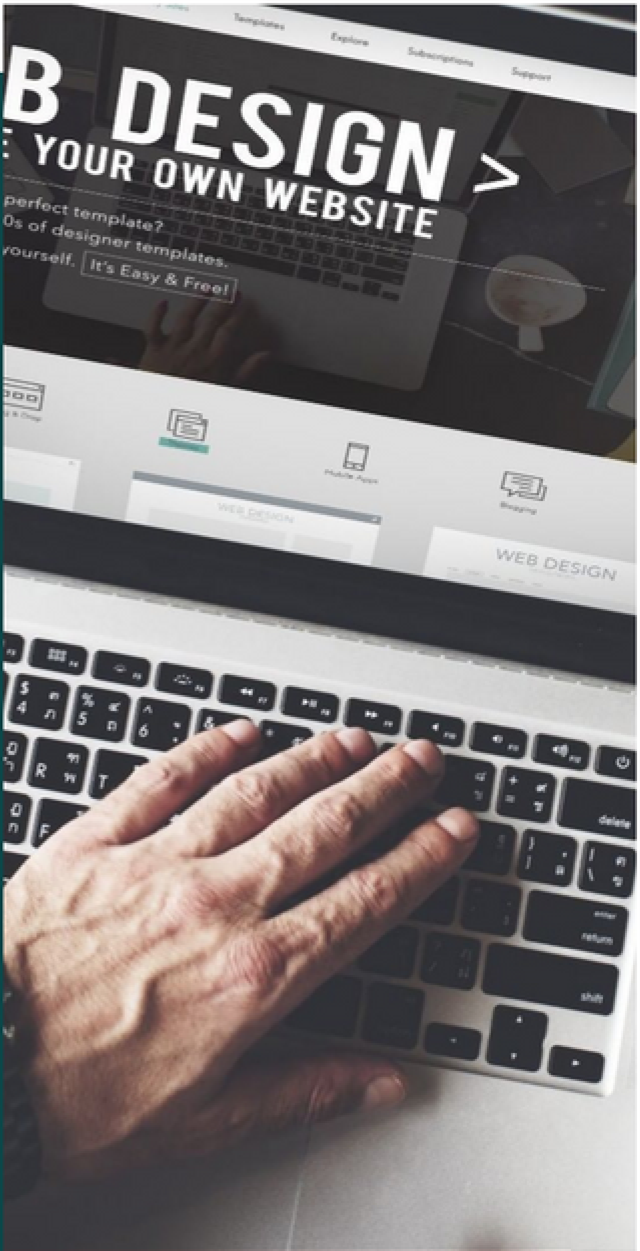

مهم نیست نسخه موبایل سایت شما چقدر شگفت انگیز و کامل باشد. شما باید امکانی برای نمایش نسخه غیر موبایل را به کاربر بدهید. مخصوصاً وقتی دارای ویژگی و اطلاعاتی باشد که در نسخه موبایل در دسترس نیست.



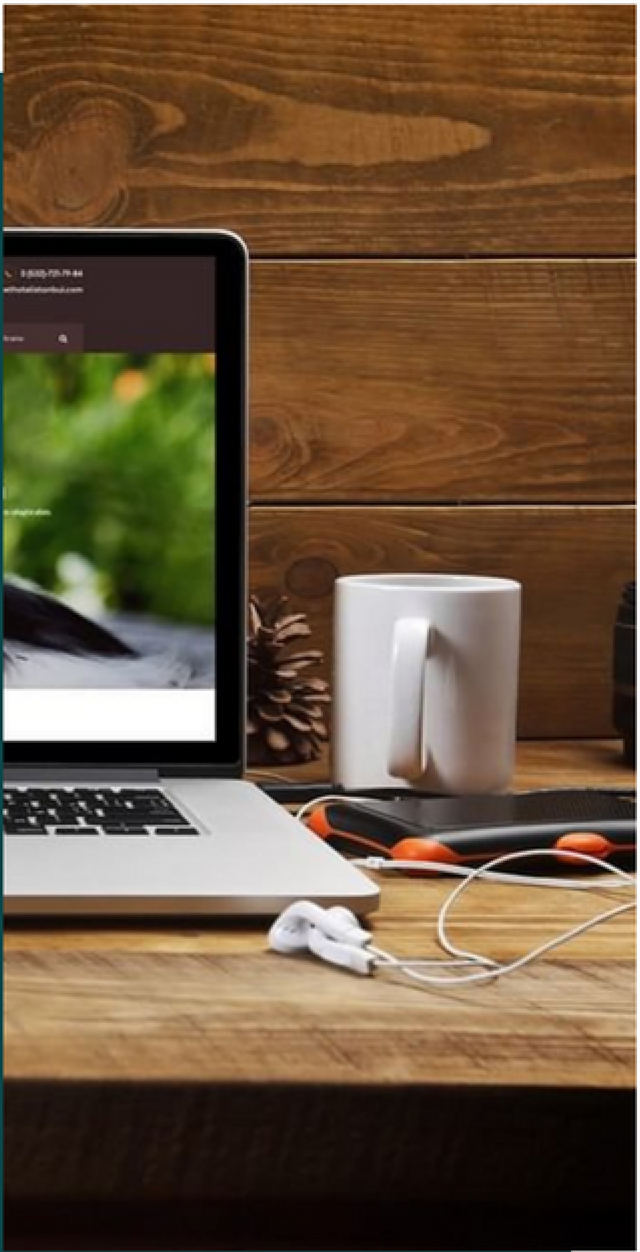
سبک سه بعدی برخی از دکمه ها ، فهم قابل کلیک بودن آن را واضح تر می کند.



مراقب باشید راه حل های
طراحی واکنش گرای شما ،
صفحات را با مقادیر زیادی از کد
و تصاویری بزرگتر از حد نیاز
صفحه نمایش کاربر بارگذاری
نکنند.




لذت بخش ساختن اپلیکیشن شما ، یک هدف عالی است. فقط آن قدر توجه نکنید که فراموش کنید که آن را نیز قابل استفاده کنید.



یکی از بزرگ ترین مشکلات اپلیکیشن ها این است که اگر آن ها بیش از چند ویژگی داشته باشند ، ممکن است یادگیری آن ها خیلی آسان نباشد.



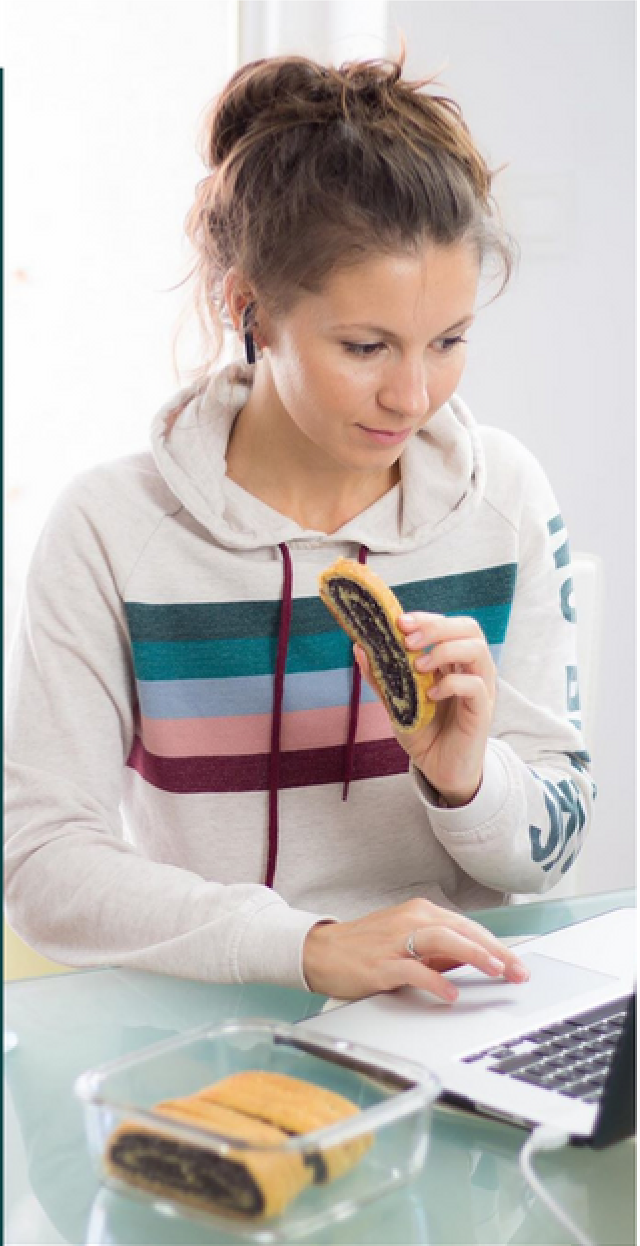

من فکر می کنم بهترین راه
یادگیری دوباره موارد آن است
که یادگیری آن ها را در اولین
مکان به طور باورنکردنی شفاف
و ساده کنید.




بیشتر کاربران به درخواست هایی برای اطلاعات شخصی بسیار مشکوک هستند و اگر یک سایت بیشتر از چیزی که نیاز است بپرسد، آزار دهنده به حساب می آید.




شما می توانید حسن نیت خود را از دست بدهید اگر سایت شما به هم ریخته ، بی نظم و غیر حرفه ای به نظر برسد ، مانند آن که هیچ تلاشی برای ارائه آن نشده است.



از یک قالب در دسترس استفاده کنید. مطمئن شوید قالبی که استفاده می کنید با قابلیت دسترسی طراحی شده باشد.



بین متن و پس زمینه خود
تضاد قابل توجهی ایجاد کنید.
برای مثال ، هیچ وقت از متن
خاکستری روشن بر روی یک
زمینه خاکستری تیره استفاده
نکنید.